

# 2012-2016中国宠物食品市场 调查与发展前景研究报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2012-2016中国宠物食品市场调查与发展前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0704/201211/13-111943.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、说明、目录、图表目录

随着中国生活水平的持续提高和家庭规模的缩小，饲养宠物已经成为越来越多都市人生活的一部分，中国的宠物消费也随之形成规模，同时展现巨大潜力。国内宠物市场已进入一个高速发展的时期。

中国的宠物食品具有巨大的市场潜力，中国城市居民养的猫和狗中只有不足5%是饲喂经加工的宠物食品。中国宠物数量日益增长将会为国产和进口宠物食品带来更大的商机。在今后5年中，中国宠物食品市场将以年均50%的速度增长。

中国产业研究报告网发布的《2012-2016中国宠物食品市场调查与发展前景研究报告》共十章。首先介绍了宠物食品相关概述、中国宠物食品行业的发展环境等，接着分析了中国宠物食品市场的发展的现状，然后介绍了中国宠物食品市场竞争态势。随后，报告对中国宠物食品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国宠物食品市场的前景趋势。您若想对宠物食品产业有个系统的了解或者想投资宠物食品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

### 目录

#### 第一章 宠物食品相关概述 1

##### 1.1 宠物的概念阐释 1

###### 1.1.1 宠物的定义 1

###### 1.1.2 主要宠物种类的介绍 1

##### 1.2 宠物食品的种类及营养成分 2

###### 1.2.1 宠物食品的一般分类 2

###### 1.2.2 宠物食品的其他分类 3

###### 1.2.3 合乎特殊需求的宠物食品 3

###### 1.2.4 宠物食品的营养成分 4

##### 1.3 宠物饲料的介绍 4

###### 1.3.1 宠物饲料的种类 4

###### 1.3.2 宠物狗的饲料 5

###### 1.3.3 观赏鱼的饲料 6

第二章 2011年中国宠物食品行业的发展环境分析	8
2.1 2011年中国宏观经济环境分析	8
2.1.1 国民经济运行情况GDP(季度更新)	8
2.1.2 消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）	8
2.1.3 全国居民收入情况（季度更新）	11
2.1.4 恩格尔系数（年度更新）	12
2.1.5 工业发展形势（季度更新）	14
2.1.6 固定资产投资情况（季度更新）	15
2.1.7 中国汇率调整（人民币升值）	16
2.1.8 对外贸易&进出口	17
2.2 宠物市场及宠物用品业发展	18
2.2.1 中国宠物市场高速发展	18
2.2.2 中国宠物用品市场处于起步阶段	20
2.2.3 中国宠物用品市场发展特点	21
2.2.4 网络经济为中国宠物市场带来机遇	22
2.3 宠物食品行业发展背景	22
2.3.1 中国宠物食品市场的发展背景	22
2.3.2 中国宠物观念的转变促进宠物食品市场增长	23
2.3.3 宠物食品是中国消费品中增长最快的行业之一	23
2.3.4 中国宠物食品随着经济发展走入中高收入家庭	24
第三章 2011年世界及主要地区宠物食品的发展分析	25
3.1 世界宠物食品的发展概况	25
3.1.1 世界宠物食品行业的发展兴起	25
3.1.2 世界宠物及宠物食品市场发展现状	26
3.1.3 拉美和东欧宠物食品市场蓬勃兴起	27
3.1.4 亚洲宠物食品市场正在高速发展	27
3.2 美国	27
3.2.1 美国宠物食品市场的发展现状	27
3.2.2 美国宠物食品的发展动态	28
3.2.3 功能性美国宠物食品受全球消费者喜爱	29
3.2.4 美国高品质宠物食品在法国备受青睐	30

### 3.3 欧洲 31

#### 3.3.1 2008年欧盟实施新的进口宠物食品相关法规 31

#### 3.3.2 英国宠物食品市场持续增长 32

#### 3.3.3 德国宠物食品市场后来居上 32

#### 3.3.4 奥地利和瑞士宠物食品发展概况 33

### 3.4 其他国家 34

#### 3.4.1 2009年日本拟定宠物食品安全相关条例草案 34

#### 3.4.2 2011年菲律宾制订宠物食品标签的国家标准 34

#### 3.4.3 加拿大宠物食品行业发展概况 34

## 第四章 2011年中国宠物食品市场的发展动态分析 36

### 4.1 2011年中国宠物食品行业概述 36

#### 4.1.1 中国宠物食品市场蓬勃发展 36

#### 4.1.2 中国宠物食品综合品质逐渐提升 37

#### 4.1.3 国内宠物食品企业逐渐发展壮大 38

#### 4.1.4 中国宠物食品市场经济型品牌占主导地位 39

### 4.2 中国宠物食品市场存在的问题 39

#### 4.2.1 中国宠物饲料市场开发的问题 39

#### 4.2.2 中国宠物食品良莠不齐 40

#### 4.2.3 宠物食品产品缺乏管理 40

#### 4.2.4 中国宠物饲料市场混乱 41

### 4.3 中国宠物食品市场的发展策略分析 41

#### 4.3.1 加强对宠物营养和宠物食品添加剂的研究 41

#### 4.3.2 中国应加强国外宠物食品进口的监管 42

#### 4.3.3 中国出口宠物食品的策略浅析 42

#### 4.3.4 中国宠物饲料开发德国市场的策略 43

## 第五章 2007-2011年中国狗食或猫食罐头进出口数据监测分析 45

### 5.1 2007-2011年中国狗食或猫食罐头进口数据分析 45

#### 5.1.1 进口数量分析23091010 45

#### 5.1.2 进口金额分析 45

### 5.2 2007-2011年中国狗食或猫食罐头出口数据分析 46

- 5.2.1 出口数量分析 46
- 5.2.2 出口金额分析 46
- 5.3 2007-2011年中国狗食或猫食罐头进出口平均单价分析 47
- 5.4 2011年中国狗食或猫食罐头进出口国家及地区分析 47
  - 5.4.1 进口国家及地区分析 47
  - 5.4.2 出口国家及地区分析 48

## 第六章 2007-2011年中国其它零售包装的狗食或猫食进出口数据监测分析 49

- 6.1 2007-2011年中国其它零售包装的狗食或猫食进口数据分析 49
  - 6.1.1 进口数量分析23091090 49
  - 6.1.2 进口金额分析 49
- 6.2 2007-2011年中国其它零售包装的狗食或猫食出口数据分析 50
  - 6.2.1 出口数量分析 50
  - 6.2.2 出口金额分析 50
- 6.3 2007-2011年中国其它零售包装的狗食或猫食进出口平均单价分析 51
- 6.4 2011年中国其它零售包装的狗食或猫食进出口国家及地区分析 51
  - 6.4.1 进口国家及地区分析 51
  - 6.4.2 出口国家及地区分析 52

## 第七章 2011年宠物食品区域发展及营销概况 53

- 7.1 部分区域宠物食品行业的发展 53
  - 7.1.1 2008年宁波宠物食品出口日本门槛抬高 53
  - 7.1.2 2009年牟平最大宠物食品项目建成投产 54
  - 7.1.3 温州宠物食品产业逐渐成为朝阳产业 54
  - 7.1.4 2010年湖州宠物食品出口大幅增长 55
  - 7.1.5 2010年成都宠物食品企业推出高端专业犬粮 55
  - 7.1.6 2011年烟台宠物食品进入北美市场 57
- 7.2 中国宠物食品的销售渠道分析 58
  - 7.2.1 专业渠道 58
  - 7.2.2 农贸渠道 59
  - 7.2.3 商超渠道 59
  - 7.2.4 网络渠道 60

## 7.3 宠物食品营销策略解析 60

### 7.3.1 营销特色 60

### 7.3.2 产品定位 61

### 7.3.3 产品销售渠道 61

### 7.3.4 宣传形式 63

### 7.3.5 公共关系处理 63

## 第八章 2011年中国宠物食品市场竞争态势分析 64

### 8.1 国外企业在中国宠物食品市场的发展 64

#### 8.1.1 美国玛氏公司 64

#### 8.1.2 法国皇家 64

#### 8.1.3 雀巢公司 65

#### 8.1.4 国外企业积极探索中国宠物食品市场 66

### 8.2 中国宠物食品市场竞争状况 67

#### 8.2.1 中国宠物食品市场竞争格局综述 67

#### 8.2.2 宠物食品市场成国内外企业必争之地 69

#### 8.2.3 外企占据中国宠物食品市场主导地位 69

#### 8.2.4 2010年国产品牌抢占高端宠物食品市场 70

## 第九章 中国宠物食品优势企业竞争力及关键财务数据分析 72

### 9.1 青岛黎虹食品有限公司 72

#### 9.1.1 企业概况 72

#### 9.1.2 企业主要经济指标分析 72

#### 9.1.3 企业盈利能力分析 73

#### 9.1.4 企业偿债能力分析 73

#### 9.1.5 企业运营能力分析 74

#### 9.1.6 企业成长能力分析 74

### 9.2 丹东仁达食品有限公司 74

#### 9.2.1 企业概况 74

#### 9.2.2 企业主要经济指标分析 75

#### 9.2.3 企业盈利能力分析 76

#### 9.2.4 企业偿债能力分析 76

- 9.2.5 企业运营能力分析 76
- 9.2.6 企业成长能力分析 77
- 9.3 青岛稻进食品有限公司 77
  - 9.3.1 企业概况 77
  - 9.3.2 企业主要经济指标分析 78
  - 9.3.3 企业盈利能力分析 78
  - 9.3.4 企业偿债能力分析 79
  - 9.3.5 企业运营能力分析 79
  - 9.3.6 企业成长能力分析 79
- 9.4 温岭市鑫泰工艺品有限公司 80
  - 9.4.1 企业概况 80
  - 9.4.2 企业主要经济指标分析 80
  - 9.4.3 企业盈利能力分析 81
  - 9.4.4 企业偿债能力分析 81
  - 9.4.5 企业运营能力分析 81
  - 9.4.6 企业成长能力分析 82
- 9.5 丹东昌林食品有限公司 82
  - 9.5.1 企业概况 82
  - 9.5.2 企业主要经济指标分析 83
  - 9.5.3 企业盈利能力分析 83
  - 9.5.4 企业偿债能力分析 84
  - 9.5.5 企业运营能力分析 84
  - 9.5.6 企业成长能力分析 84
- 9.6 青岛镜旺宠物食品有限公司 85
  - 9.6.1 企业概况 85
  - 9.6.2 企业主要经济指标分析 85
  - 9.6.3 企业盈利能力分析 86
  - 9.6.4 企业偿债能力分析 86
  - 9.6.5 企业运营能力分析 87
  - 9.6.6 企业成长能力分析 87
- 9.7 江苏佩蒂食品有限公司 87
  - 9.7.1 企业概况 87



9.7.2 企业主要经济指标分析	88
9.7.3 企业盈利能力分析	89
9.7.4 企业偿债能力分析	89
9.7.5 企业运营能力分析	89
9.7.6 企业成长能力分析	90
9.8 温州佩蒂宠物用品有限公司	90
9.8.1 企业概况	90
9.8.2 企业主要经济指标分析	90
9.8.3 企业盈利能力分析	91
9.8.4 企业偿债能力分析	92
9.8.5 企业运营能力分析	92
9.8.6 企业成长能力分析	92
9.9 平阳县锦华宠物用品有限公司	93
9.9.1 企业概况	93
9.9.2 企业主要经济指标分析	93
9.9.3 企业盈利能力分析	94
9.9.4 企业偿债能力分析	94
9.9.5 企业运营能力分析	94
9.9.6 企业成长能力分析	95
9.10 天津鑫高宠物用品有限公司	95
9.10.1 企业概况	95
9.10.2 企业主要经济指标分析	95
9.10.3 企业盈利能力分析	96
9.10.4 企业偿债能力分析	96
9.10.5 企业运营能力分析	97
9.10.6 企业成长能力分析	97

## 第十章 2012-2016年中国宠物食品市场的前景趋势分析 98

10.1 2012-2016年宠物食品市场前景展望	98
10.1.1 中国宠物经济将呈现良好发展态势	98
10.1.2 2012-2016年中国宠物食品行业发展预测	98
10.1.3 中国宠物食品行业发展的机遇与挑战	99

10.2 2012-2016年宠物食品市场发展趋势 100

10.2.1 未来世界宠物食品的发展趋势 100

10.2.2 中国宠物食品行业的发展趋势 101

10.2.3 处方宠物食品将在中国持续增长 102

通过《2012-2016中国宠物食品市场调查与发展前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0704/201211/13-111943.html>